

Качур Мирослава Михайлівна,
Мукачівська державний університет
м. Мукачево, Україна

Качур Борис Михайлович,
Закарпатський інститут післядипломної
педагогічної освіти
м. Ужгород, Україна

НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ВИКЛАДАЧА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В сучасних умовах реформування вітчизняної освітньої системи основними показниками успішної діяльності закладів вищої освіти (ЗВО) є конкурентоспроможність, рентабельність, гнучкість та адаптивність системи до постійного розвитку. Сучасна корпоративна культура є невід'ємною характеристикою будь-якої організації, одним з ключових понять у концепціях інноваційного розвитку та менеджменту організацій. Вища освіта не стоїть осторонь економічних, політичних, суспільних змін, що відбуваються в сучасному світі. Перетворення у діяльності ЗВО та їх працівників зумовлені певними традиціями, командним духом колективу, корпоративною культурою, що впливає на поведінку, думки і дії людей в колективі.

Аналіз досліджень і публікацій свідчить про зростання інтересу науковців до зазначеного феномену. Вивченню корпоративної культури присвячені праці зарубіжних вчених (Р. Аккоф, М. Буке, Б. Карлофф, Дж. Лорш, Г. Мінцберг, Т. Пітерс, Р. Уотермен та ін.), які розглядають корпоративну культуру організацій в соціологічному та управлінському аспектах. Корпоративна культура є предметом наукових розвідок українських учених, зокрема: В. Кубко, О. Грішнкової, Г. Дмитренка, Л. Панченка, В. Скуратівського, Г. Хаєта та ін.

Викладач закладу вищої освіти є тим орієнтиром і зразком для особистості майбутнього фахівця, який формує його світогляд, професійні

та особистісні якості. Педагог повинен бути не тільки професійним науковцем, висококультурним вихователем молоді, а й провідним виразником корпоративної культури для студента. Як і будь-яка культура, корпоративна культура викладача ЗВО включає в себе різні регулятивні елементи – ідеали, норми, традиції тощо, які формують унікальний спосіб соціальної поведінки представників конкретної субкультури.

Наукові дослідження і практичні рекомендації, присвячені корпоративній культурі, свідчать про те, що дана проблема для педагогіки є відносно новою, але в той же час, досить вивченою у менеджменті, що зумовлює включення у педагогічний тезаурус термінів і понять з менеджменту. Зазначимо, що у сучасному науковому обігу відсутні єдині критерії оцінки корпоративної культури, вченими висловлюються різні точки зору на суть поняття «корпоративна культура».

Під корпоративною культурою викладача закладу вищої освіти К. Гнезділова розуміє усвідомлене застосування у власній професійній діяльності сукупності корпоративних цілей вищого навчального закладу, цінностей і норм професійної групи, які приймає і поділяє викладач, які регулюють його взаємини з представниками інших соціальних груп, задіяних в роботі вищого навчального закладу, та прагнення сприяти розвитку позитивного іміджу вищого навчального закладу [1, с.49]. Є. Харченко визначає корпоративну культуру професіоналів (у нашому контексті – викладачів ЗВО) як культуру, що формується фахівцями будь якої сфери діяльності протягом тривалого часу і передається разом із специфічними знаннями [2, с.209].

Суголосними нашому дослідженню виступають критерії та показники сформованості корпоративної культури колективу ЗВО, визначені Є. Чижиковою: *ціннісно-емоційний* (рівень емоційно-психологічного клімату, ціннісно-орієнтаційної єдності, усвідомлення і прийняття місії, призначення і основних цілей діяльності спільноти), *когнітивний* (засвоєння основних понять теорії корпоративної культури та етики,

наявність знань про формальні і неформальні правила й норми діяльності, традиції, цінності і символіку, зразки поведінки, що регулюють діяльність товариства), *діяльнісний* (наявність навичок і умінь міжособистісної, внутрішньо групової та командної взаємодії; здатність діяти в різних сферах життєдіяльності відповідно до норм етикету і правил співтовариства; ініціативність та активність в організації та проведенні корпоративних заходів), *особистісно-результативний*, що зумовлює зв'язок корпоративної культури з певними особистісними якостями членів спільноти – культурою спілкування і поведінки, які повинні розглядатися як елемент корпоративної культури та *суб'єктний* критерій, який ідентифікує різні рівні прояву корпоративної культури членами університетської спільноти [3, с.12].

Отже, корпоративна культура викладача закладу вищої освіти є стратегічним інструментом, що дозволяє орієнтувати ЗВО та їх колективи на вирішення спільних цілей і завдань, стимулювати ініціативу, створювати умови для комфортного ділового спілкування та партнерства. Ефективність діяльності викладача, з позицій корпоративної культури, реалізується на основі усвідомлення, прийняття і реалізації цілей роботи закладу вищої освіти, встановлених цінностей, норм, правил і традицій, що забезпечують створення і підтримку його іміджу.

Джерела

1. Гнезділова К. М. Корпоративна культура викладача вищої школи: навч.-метод. посібник / К. М. Гнезділова. – Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2013. – 124 с.
2. Харченко Е. В. Корпоративная культура профессионалов: попытка описания /Е.В.Харченко // Вопр. психолінгвістики. - 2009. - № 9. - С. 209 - 216.
3. Чижикова Е. С. Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества: автореф. дис. ... канд. пед. наук. 13.00.08 /Е.С.Чижикова. - Москва, 2010. - 23 с.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>